



INFORME DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA

Viaje de familiarización n.º 1. 15 de noviembre de 2016. Lourdes y alrededores.

1. METODOLOGÍA

Una semana después del viaje de familiarización a Lourdes, se realizaron 12 entrevistas telefónicas a partir de un cuestionario semi-estructurado aprobado previamente por la AECT HP-HP. El cuestionario forma parte de los documentos que se entregan con el encargo.

Estas entrevistas fueron llevadas a cabo entre el 21 y el 28 de octubre de 2016 y tuvieron una duración de entre 7 y 18 minutos, según la disponibilidad y forma de atender la entrevista de cada participante.

De los 14 productores que asistieron a la jornada, 2 participantes no pudieron ser entrevistados debido a su ausencia (motivada por un viaje y un curso, en cada caso) hasta pasada la fecha de compromiso de entrega del informe.

2. RESULTADOS

2.1- Valoración Global del viaje

Los participantes al viaje a Lourdes consideran que ha sido una experiencia extremadamente positiva, otorgándole una valoración global de 9,5. Las palabras más utilizadas para describir el viaje han sido *muy interesante y provechoso*.

Se comentó en varias ocasiones las grandes diferencias en cuanto a legislación, productos y comercialización en los dos países, a pesar de la cercanía y la pertenencia a un mismo territorio pirenaico, sólo separado por una frontera administrativa: *aunque estemos muy cercanos y compartimos la misma montaña, la misma tierra, muchas cosas no tienen que ver con las nuestras*.

En cuanto a la comparación de la experiencia real con las expectativas expresadas antes del viaje, no hubo ninguna decepción y la mayoría fueron gratamente sorprendidos del alcance de la jornada: *vimos muchísimo en muy poco tiempo, fenomenal*.

En pocas palabras, muchos resumen la experiencia como *una forma de abrirte los ojos a cosas nuevas / ideas para iniciar un nuevo camino*.

De forma general, lo que más impactó y gustó fue el poder constatar:

- La capacidad de unir fuerza para desarrollar un proyecto conjunto.

- La atención prestada a los pequeños productores y a la producción artesanal por parte de las administraciones y *los políticos*.
- Las grandes diferencias en cuanto a legislación de los dos países.

Varios apuntaron también la oportunidad de conocer a otros productores de la provincia de Huesca, *algunos casi vecinos*, y poder compartir ideas entre ellos, como otro aspecto positivo de esta experiencia.

Finalmente, se destacó el gran interés por el proyecto POCTEFA Hecho en Pirineos en su conjunto y el deseo de ver sus acciones desarrollarse.

2.2- Primera visita: la tienda

De las 3 visitas, la tienda fue la que más interés despertó, con una valoración de 8,3. La mayoría de los productores se quedaron impresionados con la presentación, la distribución, las estanterías y calificaron la tienda como *muy chula, muy cuidada; un espacio pequeño pero muy bien aprovechado y distribuido*.

También les impactó ver *cómo la gente compraba, ¡y enfrente de un super!; venden mucho más caro que nosotros pero quizá los consumidores estén más preparados*. Aunque algunos apuntan al turismo como uno de los elementos clave de éxito: *Ahí tienen miles de turistas cada día, en Huesca sería más complicado. Quizá en Benasque o en Ainsa o zonas más turísticas de la provincia podría funcionar pero más pequeño, con 5 o 6 productores*.

Cabe destacar que se valoró mucho la información y las explicaciones dadas sobre cómo se creó y cómo funciona a día de hoy *un concepto que les permite vender sus productos sin intermediario y así pueden mantener precios justos y una remuneración acorde con el valor de su trabajo*.

Las primeras ideas interesantes que apuntaron fueron:

- La forma de poner de acuerdo *muchos productores diversos* o del mismo sector *incluso con productos similares*, y poner en marcha una tienda de esas características: *el asociacionismo de productores de diferentes sectores*.
- La presentación, los envases de los productos con el logo de la tienda, pero sobre todo, la idea de incluir la imagen del productor: *me encantó la idea de que pusieran la foto del productor en el envase de cada producto*.

Además de ideas para la comercialización directa de los productos, la visita a la tienda fue una excelente fuente de inspiración para aquellos productores en busca de ideas de nuevos productos. Valoraron la variedad y, en cuanto a carnes, la forma de aprovechar todo *-incluso lo que nosotros solemos dar a los perros-* o las razas de animales emblemáticas del otro lado de los Pirineos que no se comercializan en la provincia de Huesca: *el cerdo negro me ha parecido muy interesante y he pedido a la Cámara de Agricultura de Hautes Pyrénées que me envíen más información*.

Por el contrario, algunos echaron de menos más variedad: *había muchos patés pero por ejemplo, no había nada vegetal; creo que en nuestra provincia tenemos más productos.*

La única queja fue la falta de tiempo para desarrollar las explicaciones y los datos dados por el presidente de la tienda y su gerente.

2.3- Segunda visita: la cooperativa

Con un 7,2, esta visita recibió la nota menos alta de las tres programadas, en cuanto a interés. Sin embargo, es preciso indicar que las puntuaciones bajas respondieron a la falta de vínculo de algunos participantes con el sector en el cual desarrollan su actividad: *es un tema que no caza mucho con lo mío.*

La mayoría de los productores coincidieron en que:

- *La idea es buenísima.*
- *Un concepto fantástico.*
- *Es interesantísimo.*
- *Aluciné con el planteamiento.*

No obstante, casi todos añadieron un “pero”, destacando la dificultad de llevar a cabo este tipo de proyecto por la normativa sanitaria española y los costes añadidos que implicaría:

- *Aquí no puedes tener diferentes animales en la misma sala/soy veterinaria y me quede alucinada de las facilidades que tienen. Aquí es inviable.*
- *Tendríamos que tener estas instalaciones para cada tipo de animal, y eso multiplica también los costes.*

Los aspectos del concepto que más interesaron a los productores de la provincia de Huesca fueron:

- *Ofrecer un trabajo personalizado a cada pequeño productor, aunque eres pequeño puedes traer poca cantidad y tenerlo a tu gusto / no hay mínimos.*
- *Los pequeños productores pueden dar salida a sus animales con poca estructura.*
- *Instalación común / inversión común / unificar recursos.*
- *El productor sale en primera página, el despiece y el certificado sanitario aparece en segundo lugar en el etiquetado.*

La única queja sobre esta visita fue emitida por parte de un productor de bovinos a quien le hubiera gustado que el grupo llegara a tiempo para ver el despiece de terneros.

También hubo quién quiso destacar la necesidad de disponer de personal competente para gestionar un proyecto de estas características y destacó el papel del director de la cooperativa: *es el motor.*

2.4- Tercera visita: la granja

El nivel de interés en esta tercera y última visita se sitúa en un 7,5. De forma similar a la visita anterior, la falta de interés proviene de aquellos productores no relacionados con el sector bovino o lácteo (los productores de miel, mermelada, aceite y vegetales), con la excepción del productor bovino, muy interesado en el cerdo negro, que quedó decepcionado por no ver animales de dicha raza: *yo quería ver el cerdo negro y me quedé con las ganas*.

Sin embargo, la tónica general fue de admiración por la capacidad de desarrollar un negocio familiar rentable cubriendo toda la cadena, del animal al consumidor, en la misma granja, sin la necesidad de intermediarios:

- *Que una familia con poca ganadería pudiera vivir de ello y, por lo visto, vivir bien.*
- *Tener todo desde el animal, el pienso, la transformación y la venta en el mismo sitio.*
- *Poder vender el fruto de tu trabajo a un precio que consideres correcto para tu trabajo y el de tu familia.*
- *No necesitan grandes inversiones y pueden vivir muy dignamente.*
- *Que el hijo se implicara también en el desarrollo del proyecto familiar.*
- *Tiene a sus animales, hace su pienso, sus yogures, no depende de nadie.*

Aunque varios productores apuntaron que en España no se pueden tener los compuestos con los animales y que este concepto implicaría una mayor inversión debido al reglamento sanitario.

Finalmente, en cuanto a quejas, aparte de la ausencia de cerdos negros, hubo quién lamentó no haber podido ver todas las instalaciones y toda la maquinaria de transformación.

2.5- La organización y coordinación de la jornada

Además de la valoración de las visitas, se pidió a los productores que valoraran otros aspectos organizativos de la jornada. Las puntuaciones obtenidas fueron las siguientes:

Logística (bus, horario...)	9,8
Traducción	9,8
Comida	9,5
Apoyo de los organizadores franceses	8,6
Explicaciones dadas en cada sitio	9,2
Explicaciones del proyecto POCTEFA	9,1

Los participantes valoran positivamente todo el trabajo de organización y coordinación realizado por la AECT HP-HP para que las condiciones fueran óptimas y se pudiera sacar el mayor partido posible a esta experiencia. Con un 8,6, el *Apoyo de los organizadores franceses* es el aspecto que menos nota recibe, tal vez por la barrera del idioma que impidió un contacto más directo.

En cuanto a las explicaciones del proyecto POCTEFA Hecho en Pirineos, se indica que fueron muy interesantes y apreciadas pero que, justamente, al despertar el interés de muchos, se echaba de menos la posibilidad de desarrollar la información: *tal vez abrir un coloquio entre todos* o incluso que se hubiera podido tener información con anterioridad al viaje para poder haber realizado preguntas más concretas al Director ese día.

2.6- Aplicaciones en su negocio

El objetivo clave de estas jornadas de familiarización es ofrecer a los productores de la provincia de Huesca una oportunidad para extraer ideas y conocimientos de los proyectos desarrollados en Hautes Pyrénées que puedan luego aprovechar en su negocio.

A la pregunta de si consideran que habían traído información o ideas que les sean útiles para su negocio, todos contestaron que sí, aunque varios quisieron matizar esa respuesta en cuanto a los plazos necesarios para su aplicación.

Entre las ideas concretas y de aplicación inmediata que fueron mencionadas por los participantes, encontramos:

- *La foto del productor en los envases.*
- *El logo de la tienda.*
- *Presentación de los productos en la tienda, estanterías.*
- *Ideas de nuevos productos.*
- *Formato de productos (por ejemplo el queso frescos vendidos al peso)*

Pero la idea más repetida fue la necesidad de unirse entre productores:

- *La idea de poder unirnos para avanzar en el terreno de la comercialización y la transformación.*
- *Echo de menos que haya más colaboración entre productores, habría que intentarlo.*
- *Nos falta unión. Y no sé de qué manera, quizá a través de la asociación, pero habría que conseguirlo.*
- *Tenemos que aprender a cooperar juntos.*

En varios casos también ha supuesto un empujón para decidirse a desarrollar la venta directa de sus productos, aunque se planteen frenos o limitaciones:

- *Hace tiempo que tengo la idea de hacer la venta directa de mis productos pero me falta conocimiento, necesitaría a alguien que me ayude.*
- *Me ha dado muchas ideas, pero muchas de ellas sólo pueden llevarse a cabo si cambia la legislación tan cerrada que tenemos aquí.*
- *Ellos están en una zona turística, yo lo veo complicado en Huesca, aunque no imposible, si se hace bien.*
- *Yo intenté un proyecto de venta directo por Internet con otros productores, pero no funcionó, incluso intento vender a través de tiendas pero muy poquito, creo que el*

consumidor no está preparado. En Huesca por lo menos. Habría que plantearlo de cara ciudades mucho más grandes como Madrid o Barcelona.

2.7- Sugerencias

Para finalizar la entrevista, se pidió a los participantes que aportarán ideas o comentarios para la AECT HP-HP.

Se hicieron varias sugerencias:

- Abrir experiencias a otros sectores (p.e. vegetales).
- Una auto-presentación de cada productor para conocernos entre nosotros.
- Presentación más estructurada, más datos concretos, quizá entregados en documentos aparte antes, durante o después del viaje.
- Mayor información/conocimiento del proyecto Hecho en Pirineos.
- Necesidad de un mayor apoyo institucional:
 - Para fomentar iniciativas como la de la tienda o la cooperativa,
 - Para pedir un cambio de legislación,
 - Para obtener un apoyo mediático que de visibilidad a nuestros proyectos (p.e. los medios que vinieron a cubrir nuestra visita) e animen a los consumidores a comprar productos locales y artesanales.
 - Para ofrecer vías de asesoramiento individual para el desarrollo de proyectos de venta directa.
 - Para fomentar el turismo gastronómico

Finalmente, muchos aprovecharon la entrevista para pedir aclaraciones sobre el proyecto Hecho en Pirineos, datos más concretos de funcionamiento de la tienda, y de animales y productos comercializados en Hautes Pyrénées. A raíz de ello, se ha enviado una petición de información a la Chambre d'Agriculture des Hautes Pyrénées que se ha ofrecido a atender esas dudas a través de ExMaS.

3. CONCLUSIONES

Para los productores de la provincia de Huesca el interés de este viaje es indudable.

Primeramente, consideran que les ha permitido *abrir los ojos* a nuevas formas de comercialización, nuevos planteamientos de transformación y conocer una oferta de productos locales que, aun siendo parte del mismo territorio pirenaico, ofrecen muchas oportunidades de oferta diferenciada en Huesca.

También, valoraron la oportunidad de conocer a otros productores de la provincia, poder vivir la experiencia juntos e intercambiar ideas.

La tienda ha generado un interés muy alto, aportando ideas de aplicación inmediatas tanto a nivel de comercialización como en cuanto a propuestas de desarrollo de producto.

La cooperativa impresionó mucho a los productores de la provincia de Huesca por su funcionamiento y su organización, y reforzó la idea de la necesidad de una unión entre productores para avanzar.

En cuanto a la granja, despertó mucha envidia sana y, posiblemente, ha animado a varios a plantearse dar un paso adelante hacia la venta directa de su producción

Con todo, la mayoría considera que el desarrollo del pequeño productor, pasa por alguna forma de asociacionismo intersectorial. Algunos tienen dudas de que eso se pueda conseguir en Huesca, pero todos apostan por intentarlo.

Por lo tanto, sea una idea concreta de aplicabilidad inmediata, sean datos útiles para el futuro de su negocio o sea una nueva perspectiva aplicable a más largo plazo, todos los participantes han vuelto a Huesca con información aprovechable a corto o medio plazo.

Asimismo, el viaje les ha permitido identificar con claridad los frenos que limitan sus posibilidades de desarrollar nuevas formas de producción, transformación y comercialización, y las herramientas de apoyo de las cuales disponen los productores franceses y que los participantes echan de menos tener a su alcance del lado español de los Pirineos.

Por ello, apelan a la AECT para jugar un papel en la concienciación de las administraciones públicas, instituciones y asociaciones para flexibilizar las exigencias legales, incentivar y apoyar iniciativas conjuntas, asesorar proyectos individuales, fomentar el turismo gastronómico, y conseguir la atención mediática que de visibilidad a dichos proyectos, especialmente en el momento de su lanzamiento, y ayude a cambiar los hábitos de compra de los consumidores.

Huesca, 27 de noviembre de 2017

La empresa consultora: ExMaS